

жильцами, причем в неявной форме. Это вызывает ряд важных и не совсем очевидных последствий, которые выявляются лишь в долгосрочной перспективе.

Во-первых, отсутствие явных, учитываемых непосредственно в денежном выражении рентных доходов сужает налоговую базу города. Более того, доходная статья городского бюджета (доходы от сдачи муниципального имущества в аренду) превращается в расходную: даже после успешной реализации жилищно-коммунальной реформы капитальный ремонт зданий жилого фонда придется так или иначе осуществлять за счет бюджетных средств.

Таким образом, основные меры предлагаемой жилищно-коммунальной реформы свидетельствуют лишь о желании освободить государственный и местные бюджеты от части расходов, но отнюдь не решают основных проблем в данной сфере. Для того, чтобы добиться запуска капиталистического механизма развития городов, необходимы гораздо более глубокие институциональные изменения (например, отмена права на жилище, введение окончания сроков приватизации жилья). Успешное проведение реформы и обеспечение стабильного функционирования системы жилищно-коммунальных услуг требует координации действий со стороны законодательных органов, органов исполнительной власти, областных государственных администраций, органов городского самоуправления, коммунальных и частных предприятий, а также потребителей, т.е. реформа должна проводиться на всех уровнях.

1. Гонгало Б.М., Крашенников П.В., Маслов Н.В. Комментарий к законодательству о приватизации жилищного фонда. – М., 1995. – 101 с.

2. Лаврухин О. Рынок недвижимости // Бизнес. – 2000. – №11. – С.89-90.

3. Бяков Э. Приватизация и создание рынка недвижимости // Экономический журнал. – 1996. – №5-6. – С.34-36.

Получено 21.11.2008

УДК 330.101

Д.А.ГУБКИНА, канд. экон. наук

Харьковская национальная академия городского хозяйства

РОЛЬ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА В ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

Рассматриваются вопросы влияния человеческого капитала на реализацию инвестиционных проектов строительных предприятий, а также направление кадровой стратегии современного строительного предприятия.

Инвестиционная деятельность включает в себя выработку эффек-

тивной стратегии инвестиционного развития в соответствии с целями организации. При этом следует определить необходимые средства для реализации выбранной стратегии, приоритетные направления инвестирования возможных финансовых средств, формирование инвестиционного плана, послеинвестиционный мониторинг.

Существующие особенности украинской экономики, специфика региональных условий, сложность и многоаспектность строительного комплекса обусловили специфику планирования инвестиционной деятельности.

В настоящее время строительные организации при анализе своей деятельности наибольшее внимание уделяют поиску внешних инвестиционных средств, а наименьшее – выявлению внутренних резервов и в то же время, как показал практический опыт и анализ деятельности ряда строительных организаций, внутренние резервы имеются у каждого строительного предприятия. Однако вопросы их выявления и рационального использования не получили должного развития со стороны ведущих работников строительных организаций.

Цели экономического развития строительных организаций за счет использования внутрифирменных инвестиционных ресурсов можно определить как принятие управленческих решений о разработке стратегии инвестиционного саморазвития.

Эта стратегия должна включать в себя комплекс поэтапных целей по мобилизации собственных капитализированных доходов, привлеченных инвестиционных ресурсов, использование внутрифирменных организационно-инновационных мероприятий, обеспечивающих самогенерирующий рост организаций.

Саморазвитие – ёмкая экономическая категория, включающая не только цель достижения положительных финансовых показателей, финансовые расчеты и поэтапный мониторинг, но и группу организационно-управленческих и инновационных характеристик. При планировании программ инвестиционного саморазвития строительные предприятия должны учесть и связывать внутрифирменные стратегические цели с интересами возможных участников строительства (вероятные партнеры, потребители, конкуренты и др.).

Увеличить объемы собственных источников инвестирования можно лишь при осуществлении эффективного предпринимательства, выборе предпочтительных инвестиционных проектов.

В основу рассматриваемого подхода положено комплексное изучение факторов, способствующих организационным преобразованиям, а также преобразованиям социально-экономической среды, в которой эти преобразования осуществляются.

Факторы, влияющие на принятие решений об осуществлении инвестиционного саморазвития, можно разделить на факторы внешней и внутренней среды.

Факторы внешней среды – это те факторы, воздействие которых строительная организация не может регулировать самостоятельно.

Факторы внутренней среды можно корректировать путем формирования той или иной системы управления, выбора соответствующей организационно-правовой формы, технологий производства СМР, зоны деятельности и др.

Различные сочетания влияния факторов внутренней среды функционирования строительной организации обуславливают возможности организационных и других преобразований и определяют целесообразность инвестиционной стратегии. К факторам внутренней среды относятся: технико-технологические (уровень специализации, мобильности, технологическая взаимосвязь строительных циклов и этапов, степень кооперирования и др.); организационные (организационная культура, организационное обучение, трудовая мотивация и проектирование рабочего места, организационное развитие); микроэкономические (уровень деловой активности, степень загруженности, текучесть кадров и др.); социально-психологические (степень квалификации ИТР и административно-управленческого персонала, уровень творческого потенциала, система вознаграждения, управление поведением, социальное восприятие, развитие личности и социализация, удовлетворенность трудом и преданность организации).

Новые формируемые тенденции изменяют характер рабочей среды. К этим тенденциям можно отнести следующее:

1. Традиционные иерархические организации уступают место многообразию организационных форм.
2. Производственную «элиту» составят рабочие или техники – носители знаний, которые заменят рабочих-сборщиков (монтажников).
3. Вертикальное разделение труда будет заменено горизонтальным.
4. Сама по себе работа получит новое содержание: постоянное обучение, больше интеллектуальной деятельности, уменьшение объема традиционной рутинной.

Эти изменения в организации и способах управления ими были отмечены автором известной концепции «Научающейся организации» (learning organization) [1]: «Мы находимся в процессе общемирового фундаментального сдвига в философии и практике менеджмента. Традиционная организация прошлого, ориентированная на ресурсы, стремительно уступает свои позиции на рождающиеся организации, в основе которой лежат знания» (Питер Сенге).

Неизбежность изменений признают сейчас многие специалисты и организации, которые испытывают эти изменения. Но если раньше они были эволюционными, постоянными, то последние годы характеризуются революционными изменениями. В титульной статье журнала *Fortune* говорится: «Мы все ощущаем, что изменения вокруг нас являются не только тенденцией, а результатом деятельности рабочих сил: глобализации рынков, распространения информационных технологий и компьютерных сетей, низвержения иерархических структур.... На базе этих изменений формируется новая экономика информационной эры, в которой фундаментальными источниками богатства оказываются знания и коммуникации». Это не просто слова – революционные изменения оказывают реальное воздействие на все процессы в организации. Признания необходимости стратегии, внедрения информационных технологий, комплексного управления качеством, осуществление глобализации – всё это имеет прямое воздействие, но ключевым конкурентным преимуществом организации являются люди.

«Мы очень близки к новому уровню по новым аспектам. Победить конкурентов можно только с помощью людей. Люди – это единственный ресурс, который есть у всех. Различия кроются в том какова ваша культура, как мотивируете людей, какими полномочиями вы их наделяете и как обучаете» (глава компании Chrysler).

Сказанное выше подтверждает простую, но бесспорную истину: «твердые» активы интеллектуальной организации влияют на ценность конечного продукта в гораздо меньшей степени, чем нематериальные: способности, знания и опыт сотрудников, эффективность системы менеджмента, отношения с потребителями. Все это вместе взятое и есть интеллектуальный капитал. Доминирующая роль информации в цепочке формирования стоимости, характер капитальных вложений, замена физических «материалов» и фондов информацией, изменения в поведении рынков труда – свидетельствует о ценности человеческих знаний и, в первую очередь, совокупности талантов, профессионализма и идей – то есть не материального, а интеллектуального капитала.

Преподаватель Лондонской школы бизнеса Чарлз Хэнди установил, что интеллектуальный капитал корпорации превышает учетную стоимость ее материальных доходов в 3-4 раза [2].

Директор отдела интеллектуального капитала шведской страховой компании Srandia Лейф Эдвинсон подсчитал, что для большинства организаций отношение интеллектуального капитала к совокупной стоимости материальных средств производства и финансового капитала колеблется между 5:1 и 16:1.

Остановимся на определении интеллектуального капитала как «интеллектуального материала, который формализован, зафиксирован и используется для производства более ценного имущества» (проф. Д.Клейн).

Интеллектуальный капитал может существовать в двух аспектах: 1) это полупостоянная совокупность знаний, вырастающая вокруг некой задачи, человека или организации; 2) инструменты, при помощи которых можно увеличить совокупность знаний.

Любая организация хранит ценные интеллектуальные материалы в виде фондов и ресурсов, выраженных перспектив, способностей, информации, знаний, то есть интеллектуальный капитал, который сосредоточен – в работниках компаний, в ее структурах и в ее клиентах. Такую схему предложили Хьюберт Сент-Онж из канадского коммерческого банка Imperial и Лэйф Эдвинсон из шведской страховой компании Skandia. Они подразделяют интеллектуальный капитал на три части: «человеческий капитал», «структурный капитал» и «потребительский капитал».

Человеческий капитал основывается на двух способах:

1) организация использует максимальный объем знаний своих сотрудников;

2) максимальное число людей владеет знаниями, способными принести пользу организации.

Человеческий капитал важен потому, что он – источник обновлений и прогресса, независимо от того, как он проявляется – в виде мозговой атаки, лабораторных исследований, организации рабочего места, пометок в записной книжке.

Но толковые работники еще не делают «толковой» саму организацию.

Нужны соответствующие структуры, такие как системные информации, знания рынка, умение организовать конкурентную «выживаемость», дееспособные центры организации труда, уметь превращать индивидуальные ноу-хау в достояние группы и организации. Это характеристика структурного капитала – «организационные способности организации должны отвечать требованиям рынка». Структурный капитал организует человеческий капитал таким образом, чтобы им можно было вновь и вновь пользоваться для создания ценностей. Потребительский капитал – это отношения организации с потребителями её продукции. Именно в отношениях с покупателями интеллектуальный капитал получает своё конечное выражение верности торговой марки – пример формы потребительского капитала, для которой существует чёткая методика его оценки в отличие от человеческого и

структурного капиталов. Это делается путем подсчета надбавки, которую покупатели согласны платить за фирменный продукт, предпочитая его ширпотребу.

Любая организация, имеющая потребителей – инвесторов, заказчиков, покупателей – обладает потребительским капиталом и определяется как ценность её продолжительных отношений с людьми или организациями, которым она продает свою продукцию. Отдача от потребительского капитала убеждает в том, что отношение с потребителями не просто цепочка последовательных событий, но и источник финансового благополучия.

Какую ценность может предложить потребителю строительная организация?

В существующих условиях следует изменить направленность своей деятельности – установить такие отношения с потребителями продукции, при которых они стали бы частью общей «судьбы» организации, участвуя в решении таких задач: каким бизнесом и почему занимаемся, какова её миссия и видение, какие профессиональные знания и навыки важны для дела, какие ресурсы важны [3].

По традиции микроэкономика сосредоточена главным образом на производственных факторах (труд и материалы). Оливер Уильямсон доказал, что при таком подходе ускользает стоимость сделки. Не просто труд имеет значимость, а всё что с ним связано. Рынок имеет «горизонтальную» структуру, поэтому участников организует предложение цены – основной мотив покупателя и продавца.

Самая радикальная перемена должна произойти в отношениях между строительными фирмами и потребителями их продукции. Главное – потребитель получает возможность заглянуть «внутрь» любой строительной организации. При этом принцип управления интеллектуальным капиталом учитывает, что если информация означает власть, то эта власть переходит к потребителю, что дает представление о возможной прибыли для организаций, которые перестают воевать с потребителями и начинают вместе создавать капитал.

1.Лютенс Ф. Универсальный учебник организационного поведения. – М.: Инфра - М, 1999. – 232 с.

2.Стьюарт Т. Богатство от ума. – Минск: Парадокс, 1998. – 240 с.

3.Дайновский Ю.А. 505 приемов бизнеса: маркетинг, менеджмент, реклама, торговля, производство, налоги, стимулирование труда. – К.: А.С.К., 1998. – 410 с.

Получено 21.11.2008